

## **Media Baru Dan Perubahan Budaya Masyarakat: Suatu Pengantar Diskusi<sup>1</sup>**

*Ignatius Haryanto*

Dalam sepuluh tahun terakhir kita mengenal media-media baru di sekitar kita, mulai dari penggunaan electronic email, group diskusi dalam dunia maya, kemudian berkembangnya *Friendster* (sekarang sudah tutup), penggunaan blog, penemuan *facebook*, dan juga kemudian *twitter*, serta yang terkini adalah *google plus*.

Pada saat yang sama, perkembangan gadget berkomunikasi sangatlah berkembang pula: mulai ditemukannya smart phone (telepon yang tidak hanya dipergunakan untuk menelpon atau mengirim pesan singkat), yang memungkinkan adanya koneksi internet, kemudian pengembangan keyboard *qwerty*, perkembangan *black berry*, gadget milik *Apple*, hingga ke penemuan gadget dari Korea dan Cina dan lain sebagainya.

Perkembangan dunia digital ini kemudian dilihat orang dengan kewaspadaan: di satu sisi ada yang merasa bahwa penemuan teknologi dan alat berkomunikasi ini memudahkan kehidupan mereka, tetapi di sisi lain ada juga yang merasa bahwa perkembangan teknologi ini hanya mendudukkan kita dalam posisi sebagai pasar belaka. Perkembangan gadget ini membuat alat komunikasi menjadi bagian dari gaya hidup. Kemasan menjadi lebih penting daripada fungsi yang dibutuhkan.

Muncul pula istilah *digital native* merujuk pada komunitas masyarakat saat ini yang menjadi bagian dari masyarakat digital. Pertanyaan dasarnya perlu diangkat di sini: apakah maksud dari *digital native* itu? Apakah ini terusan dari apa yang pernah diprediksi oleh para futurolog decade 1980-1990an, seperti Alvin Toffler, ataupun John Naisbitt? Mereka kala itu menyebutnya tahun-tahun sekarang (yang mereka prediksi pada tahun 1990an awal) sebagai *the information society*. Nah, apakah *digital native* itu sama dengan *the*

---

<sup>1</sup> Paper untuk diskusi di Interseksi Foundation, 26 Oktober 2011.

*information society*, sebagaimana diprediksi itu? Atau bagaimana kita menilainya dengan sebutan yang diberikan oleh Manuel Castell *the network society*?

Apapun yang disebut oleh tiga orang di atas, merujuk pada suatu fenomena sebagai berikut:

- Adanya struktur komunikasi dan telekomunikasi yang memungkinkan cara orang berkomunikasi dengan lebih cepat ( ber-*bbm* dengan teman antar benua dalam hitungan detik, ber-*yahoo messenger* juga dalam hitungan detik. Bandingkan dengan era masa colonial Belanda ketika sebuah surat ke Eropa menempuh jarak 3-4 bulan untuk satu kali perjalanan)
- Orang mengatakan ada pengerucutan waktu dan ruang yang terjadi dalam situasi sekarang
- Informasi dianggap sebagai salah satu tulang punggung utama yang menggerakkan roda ekonomi
- Orang menjadi terhubung satu sama lain, dan kerap kali tidak lewat perjumpaan tatap muka, tetapi utamanya lewat dunia maya.
- Kondisi anonimitas menjadi salah satu penanda utama juga dalam keadaan saat ini

Dari beberapa ciri itu, kita juga melihat betapa fenomena kemunculan media baru ini memunculkan sejumlah fenomena yang kita bisa temui sehari-hari:

- Kita melihat banyak wahana yang kita ikuti ini (*facebook, twitter*) menjadi sarana baru untuk orang menjajakan barang dan jasanya
- Kita juga melihat ada banyak pemimpin-pemimpin informal yang memiliki banyak pengikut (*friends, followers*) dan mereka itu juga sekaligus adalah “*social influencer*”
- Kita juga melihat kekhawatiran dari sejumlah media cetak dengan makin merebaknya fenomena media sosial dan online media ini. Kekhawatiran ini sebetulnya tidak perlu dirisaukan betul jika media memiliki kecerdasan untuk mengikuti arus ini, sembari tetap menghasilkan content yang baik dan jadi bacaan banyak orang
- Kita pun ada dalam situasi yang disebut oleh Bill Kovach dan Tom Rosenthal sebagai kondisi “*information overload*”. Saya mengistilahkan ini sebagai “*tsunami informasi*”.

- Mungkin kita akan sering melihat situasi dimana 3-4 orang duduk di kafe, namun masing-masing asyik dengan gadget masing-masing
- Kita juga melihat situs-situs berita berlomba-lomba untuk menghasilkan berita tercepat untuk disampaikan kepada publik
- Kita pun melihat fenomena dimana pergerakan politik pun memanfaatkan media-media baru ini, kita pun ingat akan fenomena penggalangan simpati kepada Prita Mulyasari, serta kepada dua pimpinan KPK: Chandra Hamzah dan Bibit pada bulan Oktober–November 2009.
- Kita pun melihat bagaimana masing-masing orang yang memiliki akun pada facebook atau twitter mudah untuk menyampaikan ekspresi dirinya, memamerkan kondisi dirinya, menyampaikan aspirasi politiknya untuk dibaca orang lain.

Bagaimana kita melihat perkembangan ini semua? Di satu sisi kita melihat kemajuan teknologi tak terhindarkan, di sisi lain, informasi menjadi makin berkembang. Seorang pemikir budaya, Arjun Appadurai, pernah mengatakan inilah kondisi globalisasi yang ditandai dengan perubahan-perubahan dalam ranah media, etnologi, teknologi, keuangan, dan ideologi.

Dalam ranah media, bidang yang saya lebih pahami, kondisi ini memang menghasilkan kebingungan, atau ambiguitas dalam menghadapi situasi yang berkembang saat ini. Apakah semua surat kabar kini harus memiliki situs onlinenya? Bagaimana dengan media mingguan, media bulanan? Kalau mereka perlu memiliki ini, apa saja isinya?

Kalau media ‘tradisional’ (seperti surat kabar, majalah) harus berlomba cepat dengan media-media lainnya (baik dari media jurnalistik atau media sosial) apakah mereka masih bisa saling bersaing? Dengan informasi yang berkembang tidak hanya berasal dari media jurnalistik, tapi media-media lain, apakah informasi yang ada sungguh bisa dijamin kebenarannya? Jika tidak, lalu bagaimana kita memiliki panduan untuk tidak tersesat dalam jejaring informasi yang makin menggurita ini?

Sejumlah metode yang dikenal oleh praktisi jurnalistik mungkin bisa jadi pegangan di sini:

- Metode **verifikasi** – yaitu metode untuk memeriksa ulang informasi yang kita dapat dengan sumber-sumber lain untuk memastikan bahwa informasi yang ada ini bisa diandalkan. Contoh kita kerap menerima informasi soal penutupan akun kita, yang kemudian kita diminta untuk mengisi formulir lengkap dengan

passwordnya. Atau pesan yang mengatakan adanya pengobatan gratis, dan lain-lain. jika kita memeriksa kembali informasi ini, kita mungkin akan terhindar dari pembajakan akun, atau penyebaran kabar yang sebenarnya tidak akurat

- Sikap **kritis atas informasi** – tak seluruh informasi atau pesan yang beredar bisa langsung kita yakini kebenarannya. Di sini para praktisi jurnalistik juga mengenal apa yang disebut sebagai sikap kritis (lebih jauh tentang sikap2 ini, silakan lihat buku Bill Kovach & Tom Rosenthal, *Elements of Journalism*)
- **Memeriksa kelengkapan berita** – tak seluruh informasi yang ada memuat informasi yang lengkap. Dalam era dimana berita yang tampil sepotong-sepotong, memang menyulitkan untuk kita mengetahui gambar besar (*big picture*) atau konteks terjadinya suatu peristiwa.
- **Selalu melihat konteks besarnya** – bagaimana pun juga berita yang muncul harus dilihat dalam kerangka yang agak besar. Berita parsial akan sangat banyak, namun dunia jurnalistik juga menawarkan untuk adanya suatu kriteria penilai, yaitu relevansi. Seberapa berita yang ada relevan untuk kita. Relevansi ini antar satu orang dengan orang lain bisa sangat berbeda.

Bagaimana pun juga dalam situasi sekarang banyak orang harus kembali belajar tentang *media literacy* atau *new media literacy*, karena situasi sekarang mendorong kita harus pandai-pandai memilah media dan informasi yang hendak kita konsumsi. Pendeknya, kita perlu memiliki filter untuk tidak tenggelam dalam tsunami informasi tersebut. Kita justru harus memiliki kepentingan tertentu atas informasi, skala kebutuhan, yang nantinya akan memilah informasi mana yang kita mau ambil dan media mana yang kita pilih untuk dipergunakan. Tanpa memiliki pengetahuan dan ketrampilan kita niscaya dijebak oleh arus informasi yang datang tak habis-habisnya. (\*)